

新媒体环境下的职业院校现代广告设计课程教学改革探寻

王艺霖

(兰州职业技术学院 甘肃 兰州 730070)

【摘要】新媒体环境下,我国各院校的广告设计教学正在不断通过改革与调整来适应现代化。现代广告设计课程在这样的背景下自然会面临着新挑战以及机遇。新媒体是以数字技术为基础,以互动传播作为重要方式,从而在形式上呈现出独特新颖的特征,在内容上呈现出生动有趣的优势。因此现在愈来愈多的广告在设计与发布时也会应用新媒体的特征。现代广告越来越关注对新媒体的应用,在新媒体的影响迅速扩大的环境下,现代广告无论是在设计环节亦或是在发布环节,都产生了基础性的转变,同时对于学习广告设计的学习者与传授广告设计的教育者而言,必须要设置新的教学课程,推动广告设计的转型和满足广告人个体的进修,使得广告设计教育和众多广告人可以适应现代广告设计的需要。因此,广告设计课程的教学需要进行创新性改革。本文立足于新媒体环境,分析广告时代的特征以及目前职业院校现代广告设计教育普遍存在的问题,进一步提出对现代广告设计课程教学进行改革的有效策略。

【关键词】新媒体环境;现代广告设计;课程教学改革

引言

新技术与艺术是新媒体主要的两个特征,可以说新媒体做到了将新技术与艺术的高度结合。在新媒体实现了与实体经济相融合、互补共进的时代下,广告设计行业也已经从传统广告行业转型跨界到新媒体了,依靠着传统媒体缺乏的优势,新媒体能够快速做到有序的分众、可交互传播。新媒体时代下,职业院校必然要做到与时俱进,对现代广告设计课程的教学进行必要的改革与创新,为社会与广告行业培养出具有现代化意识的新媒体广告人。

1 职业院校广告学课程普遍存在的问题

1.1 与新时代新环境背离的教学内容

新媒体技术发展的速度非常迅猛,平台也泉涌出来,可以说现在大部分行业都需要依靠新媒体技术以及相关平台来发展自己。因此,职业院校需要在充分理解新媒体的前提下培养出更多的人才。不过就职业院校目前的广告学教学而言,并没有足够的教材来传授新媒体广告的理论,而且部分内容也比较表面,只是将一些基础概念摘录在教材中,让学生难以进行深度的学习,开展有意义的研究。虽然也有部分职业院校已经注意到了新媒体的影响和对广告学教育的重要性,但是却没有给予广告学教材内容充分的重视^[1]。这就导致大部分学生在毕业走向广告行业或者其他媒体行业的岗位时,难以适应岗位在新媒体时代下的发展需要,出现了“需要用到的知识没有学习过,学习过的东西却用不上”这样的窘迫状况。由此可见,职业院校在广告学上的教学内容陈旧已经直接影响到学生的学习效果和未来的就业能力。

1.2 有待创新的教学方法

由于传统的学校教学理念的影响,很多职业院校的教师在开展广告设计教学时依旧使用的是传统教学模式。课堂上教师并没有充分体现学生在学习上的主体地位,因此课堂缺少了很多互动性,学生不具有独立完成学习任务的能力,处于被动学习的状态,甚至部分学生对课程持消极态度,有着浓烈的消极情绪,从而导致广告设计课程的教学效率不高。虽然部分职业院校的教师已经尝试使用新媒体的方式开展广告设计教学,不过这样的教学方式却依然没有在全国职业院校的广告设计专业里普及开来,而经验丰富、年纪较高的教师也缺乏接纳新式教学模式的动力,一些职业院校甚至缺少可以开展新媒体教学的必要工具,院校迫于无奈也只能继续沿用传统的广告设计教学模式了,导致学生们对学习广告设计的兴趣日趋消减,不利于学生成为一个职业广告人,同时也不利于院校本身的专业建设。

1.3 忽略教学实践比重

对于职业院校的学生而言,实践能力十分重要,甚至应该将其放在第一位。不过传统的广告设计教学却没有足够重视对学生们的实践能力的训练,实践教学内容在总课时中的占据比例大约为30%或者更少。在如此条件下,学生们的广告设计实践能力自然会处于一个低水平状态,这让他们在未来踏入广告设计行业时在很长一段时间内都是纸上谈兵,难以将自身所学到的广告设计理论知识融合到工作岗位实践中,没能有效实现知识体系与工作之间的转化。很多职业院校并非没有注意到实践的重要性,因此也有不少的职业院校开设了专门的实践课程,在一定程度上增添了新媒体设备,引进了新媒体平台,不过可以支出的建设资金总归是有限的,因此教师也受到传统教学思维的约束,导致没能在教学上发挥出新媒体设备的全部价值,甚至学生没能亲自去操作设备,全程由教师来讲述使用操作过程,这也直接给学生们的实践能力的训练带来了消极影响。

2 广告设计课程教学需要进行改革创新的重要性、紧迫性

数字电视、手机媒体、网络媒体等诸多形式的新媒体都迅速成长起来,与之相比的传统媒体就显得比较萧条落寞。新媒体广告有着许多优势是传统广告难以比拟的,例如强大的实时性、较快的传播速度、较强的灵活性、广泛的传播范围、与受众的互动性强等直接冲击了传统媒体广告。广告行业在这样的环境氛围中必然会面临着众多机遇和转型带来的挑战,因此,传统的广告设计教学模式已经难以再培养出可以适应新媒体时代需求的广告设计人才,也不能继续满足企业对广告的要求,新媒体时代下缺乏专业性人才的特点愈来愈凸显,急切需要职业院校在广告设计教学上大胆改革创新,为社会培养新媒体广告设计高素质人才,回应时代的要求。新媒体时代的到来让广告行业对广告设计人才有了更高的要求,不仅要求广告设计人才拥有能够对新媒体广告进行分析的能力,还要拥有对新媒体广告进行营销的能力。因此在新媒体时代下职业院校加强对广告设计教学的改革力度和明确创新方向具有重大价值。立足于新媒体给广告设计行业带来的机遇与挑战,广告设计教学应该要对人才重新定位,对人才的培养方案与目标进行科学合理的调整,做到能与社会对广告设计的需求同步、一致。由此可见对广告设计教学进行改革既是新媒体时代的要求,也是广告设计行业为了回应时代挑战而形成的对职业院校教学的挑战。

3 职业院校进行广告设计教学改革可采纳的策略

3.1 应用企业化实训的模式来开展教学

企业化实训的教学模式在新媒体环境下对现代广告设计教学课程的改革创新可以发挥出极大的价值。借鉴新媒体企业在生产与管理上的模式来开展教学,让广告设计专业的学生在课堂教学中发挥出作为广告人应有的主体性,突破以往课堂上的教条化教学,让学生能有动手操作和模拟的机会,从而提高自身在广告设计上的实践能力,为学生们打造情境化的广告专业氛围,让他们在其中进行学习与训练;将公司真题项目纳入到课堂的教学里,根据流程来设计教学过程和模式,引导学生逐个完成项目任务^[2]。将广告企业对设计与操作所要求的质量、效率、可观性等基本要求按照课程的内容转化成为教学上的要求,要求和引导学生们尝试将自身的理论知识融入到实践中,将新媒体企业对产品所要求的一般品质作为参考,然后以此来考核学生们广告设计作业,推定学生们可以切实提高自身的综合能力。

3.2 结合新媒体的特征来规划项目任务教学

现代广告设计课程在适应了新媒体环境对广告设计行业所提出的理念和明确了对广告设计的需求后,需要在此基础上设计项目任务,以此来驱动学生们更好地学习新媒体广告设计理论知识,强调学生们在广告设计上综合运用自身对理论体系的理解,检验自身对理论的掌握程度。掌控好教学项目任务训练的步骤,协调好学生对理论知识的学习和熟练掌握相应的专业技能^[3]。引入社会上一些广告企业的真实项目,设计一些虚拟项目,然后将二者结合作为项目任务来引导学生,将项目任务的完成和训练要求作为教学的目标和中心,将教学内容的规划一一对应于项目任务完成的全过程。把握好节奏,在新媒体的教学中协调好学生对理论知识的学习和熟练掌握相应的专业技能。

3.3 教学内容应当可以适应新媒体各项技术

构建出一个生产与学习合作的教学平台,基于对新媒体环境下各类广告投放形式的考虑,适应多种形式的媒体和多类传播平台,使其能够将互动性这个特征最大程度上发挥出来。在教学上要充分借助网络,创造更多优越的条件和元素来帮助现代广告设计课程教学的开展,也使得各大职业院校之间能够将自身的教学内容在网络上实时共享^[4]。院校方面也要挖掘出广告设计行业这方面的各种公司资源,让学生能够实地参观、参与实训以及进行毕业实习,并且在与企业进行合作时要时刻关注学生们的职业技能掌握程度和能力发展状况,适时对广告设计的教学内容进行调整与合理规划。强调学生们要学习并且熟悉多种不同类型的媒体形式之间是如何互相转换的,让学生能够对多种新媒体都保持着一定的敏感度,从而更深层地强化学生们在广告设计上的实践能力。

3.4 建设隐性课堂

隐性课程顾名思义就是正式课堂以外的一些教育活动,比如主题班会、学校社团活动、校外调研等来培养学生们的职业素养。例如,老师可以引导班上的学生可以投票选出一个最符合自身专业的主题,然后就以该主题作为班会主题,并且探讨如何才能成为一名优秀的广告设计者。从职业信仰、劳动意识等方面来整体提高学生们的职业意识,让学生们可以成为无论是实操性还是思想性都优秀的学生。教师也可以让学生们对与广告设计这个行业相关的问题展开调研,比如就“新媒体环境下哪些广告设计理念应当是摒弃、哪些是应该树立的”进行课外调研,这样学生们既能进一步了解新媒体广告设计行业的特点,也可以更快融入到社会实践中去。隐性课程的特点是让学生能够主动去学习新媒体环境下作为一个优秀的广告设计者所应该有的储备知识。

3.5 以新媒体为基础,打造职业氛围,树立职业形象

在上课时就应该要学生以广告设计者的思维来严格要求自己,比如课堂上要思考教师给出的一些设计范本是否还能适应当下的新媒体环境,多加了解国内著名的新媒体平台的规范并以此作为自己学习的蓝本,新媒体环境是瞬息万变的,几乎每一天的新媒体都会比前一天的要新一点,因此广告设计行业的前沿信息也要及时了解,最好是能够用自己所学到的理论知识进行简单的评价、概述和总结。无论新媒体如何“新”,一些根本性的广告设计理念都仍然适用如以人为本、视觉传达与心灵沟通相结合等,因此广告设计的基础理念也要烂熟于心,学生要时常想象自己已经是一名岗位上的广告设计者,从而思考如何运用广告设计的基础理念来为某一品牌进行广告设计。

3.6 新媒体环境下要重视培养广告设计者新的职业素养

广告设计大致可以分为以下几个环节:与客户沟通、调研分析、产品信息分析、构思定位以及广告效果预估等,针对上述所说的各环节的完成需要广告设计者具备一定的职业素养,但由于新媒体环境的影响,现在的广告设计行业还要求广告设计者具备新的职业素养,因此职业院校在开展广告设计教学时也要注重对学生们新的职业素养的培养^[5]。教师可以带领学生们到合作企业进行训练,让学生们可以在真实性的工作氛围下检验自身的职业素养以及职业习惯,在实践的过程中锻炼学生们,强化他们的职业化。在合作企业里实训时,学生可以直接与需要广告设计的顾客进行交流并且为他们服务,这是课堂上所创设的情境不具备的真实性。而在实践中则可以将团队合作的能力作为重点来对学生们进行培养,让他们可以在团队模式下学习如何去解决突发问题、如何顺利与顾客沟通、如何准确定位广告构思以及科学对广告效果进行预估等。

总结语

新媒体是伴随着网络与各种信息技术的发展而应运而生的,现如今虽然新媒体已经得到了非常迅猛的成长,但由于各种新媒体技术正在不断发展,因此新媒体还将持续地快速发展,这对广告行业来说既扩大了其传播力度和范围,也给了广告强化表现力的机会。因此,在新媒体环境下,必须要对职业院校的现代广告设计教学进行改革创新,这样才能让培养出来的学生在未来就业时懂得如何去适应新媒体环境,设计出符合新媒体要求的广告,同时这也是提高职业院校自身专业竞争力的必经之路。

参考文献:

- [1] 吴桥. 新媒体环境下职业院校现代广告设计课程改革研究[J]. 大学: 教学与教育, 2020(10): 2.
- [2] 李昀芸. “全媒体+融媒体”背景下广告设计教学全改革探索[J]. 吉林工程技术师范学院学报, 2020, 36(4): 3.
- [3] 赵伟. 高职院校广告类专业新媒体环境下实践教学改革探索[J]. 技术与教育, 2020, 34(2): 4.
- [4] 孟彦汝. 新媒体时代以市场为导向的中职广告设计课程教学改革[J]. 花溪: 文艺教育, 2020.
- [5] 彭艳云. 浅析基于学科竞赛的高职平面广告设计课程教学改革——以全国大学生广告艺术大赛为例[J]. 科教文汇, 2020(33): 2.

作者简介:

王艺霖, 女, 汉族, 1979-05, 甘肃兰州人, 兰州职业技术学院, 副教授职称, 系副主任, 本科学历, 硕士学位, 研究方向: 主要从事广告设计、包装设计、创新创业研究。